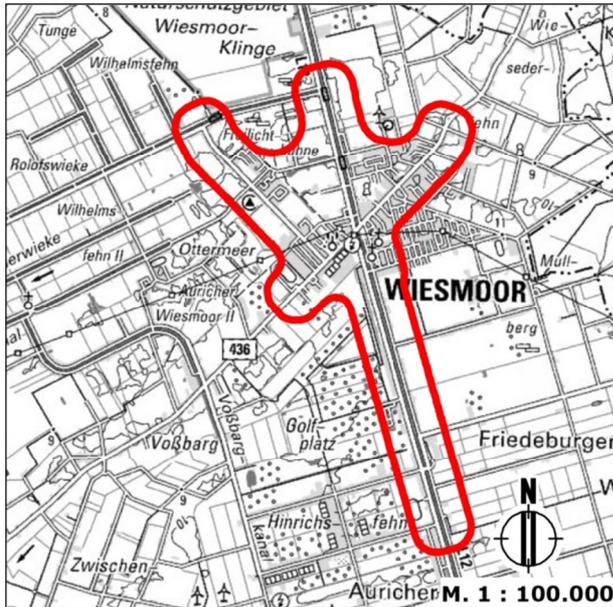


Stadt Wiesmoor



Örtliche Bauvorschriften über die Gestaltung von Werbeanlagen (Werbeanlagensatzung)

auf Grundlage von
§ 84 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 NBauO

Begründung



Satzungsbeschluss

Gefasst am:

.....

INHALTSVERZEICHNIS

1. GRUNDLAGEN	3
1.1 Anlass und Grundlagen	3
1.2 Ziele und Zwecke der vorliegenden Gestaltungssatzung	4
1.3 Bestehende baurechtliche Vorgaben für Werbeanlagen.....	4
1.4 Rechtsgrundlagen und Verfahren	5
2. AUSGANGSSITUATION UND AUSWERTUNG	6
2.1 Ausgangssituation bzgl. der Werbeanlagen	6
2.2 Auswertung bzgl. der Werbeanlagen.....	7
3. INHALTE DER SATZUNG.....	8
§ 1 Räumlicher Geltungsbereich.....	8
§ 2 Sachlicher Geltungsbereich	9
§ 3 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen	10
§ 4 Werbeanlagen an Gebäudefassaden	12
§ 5 Freistehende Werbeanlagen	13
§ 6 Licht an Werbeanlagen.....	15
§ 7 Abweichungen	15
§ 8 Ordnungswidrigkeiten.....	15
4. AUSWIRKUNGEN UND HANDHABUNG DER VORLIEGENDEN SATZUNG.....	16
4.1 Naturschutzrechtliche Belange	16
4.2 Rechtswirkungen.....	16
4.3 Verhältnis der einzelnen Paragraphen dieser Satzung untereinander.....	16
4.4 Verhältnis dieser Satzung zu den Regelungen der NBauO.....	17
4.5 Verhältnis dieser Satzung zu anderen Vorschriften und Regelungen	17
5. ERGÄNZENDE HINWEISE	17
6. FORTSCHREIBUNG	18



1. Grundlagen

1.1 Anlass und Grundlagen

Die Stadt Wiesmoor verzeichnet als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion in den letzten Jahren zunehmend Bauanträge für Werbeanlagen, die das örtliche Stadtbild mehr oder weniger stark dominieren und zusammen mit der Vielzahl vorhandener Werbeanlagen zu einem sehr unübersichtlichen, die Orientierung erschwerenden Ortsbild führen würden. Sowohl für die Stadt Wiesmoor mit ihren vielfältigen Aufgaben und Funktionen als auch für den Einzelhandel, die Dienstleister und die sonstigen Gewerbetreibenden ist jedoch ein attraktives Stadtbild mit übersichtlicher Gestaltung und einfachen Orientierungsmöglichkeiten von großer Bedeutung.

Dies gilt gerade für die aus einer Fehnkultur hervorgegangene Stadt Wiesmoor, deren zentrale örtliche Versorgungsstrukturen sich über große Längen entlang der charakteristischen langgestreckten geraden Straßen entwickelt haben. Bei diesen handelt es sich auch heute noch hauptsächlich um kleinteilige Versorgungsstrukturen, die sich in zumeist großer Dichte auf einer Länge aneinander reihen, die kaum noch in zumutbarer Zeit zu Fuß abgelaufen werden kann.

So erstrecken sich die Versorgungsstrukturen allein entlang der Hauptstraße (B 436) über eine Länge von rund 1,7 km. Entlang hiervon abzweigender, ebenso langgestreckter Straßen und dem Marktplatz sind weitere Versorgungsstrukturen in unterschiedlicher Dichte vorhanden. Ergänzt wurden sie in jüngerer Zeit durch sukzessiven Ausbau des zentral gelegenen Standortes eines alteingesessenen Kaufhauses zu einem kleinen Einkaufszentrum und hierüber hinausgehend bis hin zu einem ebenfalls langgestreckten, weitläufig weiterentwickelten Bereich mit einer größeren Zahl an großflächigeren Einzelhandelsstrukturen.

Darüber hinaus wird ein größerer Bereich zwischen den langgestreckten Straßen für die Funktion der Stadt Wiesmoor als Luftkurort genutzt. Hier finden sich insbesondere der Landschaftspark Reitscharde mit Torf- und Siedlungsmuseum, die weithin bekannte Blumenhalle als Ausstellungshalle, ein Freilichttheater sowie weitere Sport- und Freizeitnutzungen. Touristisch bedeutsam ist auch das Ottermeer mit Moorstrandbad, Bootsverleih und einem angrenzenden großflächigen Camping- und Bungalow-Platz. Dementsprechend ist die Stadt Wiesmoor, die insbesondere auf sanften Tourismus setzt, auch in den Sektoren der Hotellerie und der Gastronomie gut ausgestattet. Infolge ihrer Gesamtausstattung wurde ihr im Regionalen Raumordnungsprogramm (RROP) 2018 neben der mittelzentralen Teilfunktion dann auch die besondere Entwicklungsaufgabe Tourismus zugewiesen.

Zusammenfassend ist der Ortsbereich der Stadt Wiesmoor durch äußerst langgestreckte Straßenabschnitte mit einer mehr oder weniger dicht aneinandergereihten Vielzahl und einer großen Vielfalt an Betrieben in den Bereichen des Einzelhandels und der Dienstleistungen sowie an sonstigen Gewerbebetrieben geprägt. Infolge der großen Länge dieser Straßenabschnitte läuft die örtliche Versorgung der Bevölkerung hauptsächlich PKW-orientiert ab. Dies gilt auch für den Fremdenverkehr.

Für die auf Werbeanlagen angewiesenen Betriebe sind daher Anlagen erforderlich, die insbesondere vom PKW aus gut sichtbar sind. Zugleich dürfen sie nach ihrer Größe und Anordnung zu keiner Beeinträchtigung der Sichtbarkeit anderer Betriebe mit ihren Werbeanlagen führen und auch durch ihre Gestaltung die Aufmerksamkeit nicht zu stark binden und ablenken. Aufgrund der Vielzahl an Betrieben sind außerdem unnötige Werbeanlagen zu vermeiden, um das Ortsbild nicht zusätzlich zu belasten und auch dem Fremdenverkehr gute Orientierungsmöglichkeiten zu bieten.



1.2 Ziele und Zwecke der vorliegenden Gestaltungssatzung

Ziel ist es, ein den Funktionen und Aufgaben der Stadt Wiesmoor gerecht werdendes Ortsbild auch langfristig zu erhalten und zugleich die örtliche Wirtschaft in ihrer Vielfalt zu unterstützen. In diesem Rahmen soll die derzeit im Orts- und Straßenbild gegebene Ordnung mit ihrer Übersicht über die zum Teil sehr kleinteiligen, dicht aneinandergereihten Betriebe und einer entsprechenden Maßstäblichkeit auch künftig erhalten werden.

Hierzu ist insbesondere auszuschließen, dass infolge einer Vielzahl oder besonders großer bzw. auffälliger Werbeanlagen einzelner Betriebe die Übersicht über die weiteren Betriebe und ihre Vielfalt erschwert wird. Zugleich soll insbesondere im Bereich der Ortseingänge, aber auch im Ortsinneren das Aufstellen von Werbeanlagen für dort nicht ansässige Betriebe und somit von dort nicht notwendigen Werbeanlagen ausgeschlossen werden. Nicht zuletzt auch mit Blick auf den Fremdenverkehr soll hiermit das aus der Historie heraus entwickelte, für Wiesmoor charakteristische Ortsbild bewahrt werden.

Zugleich soll zugunsten der Weiterentwicklung der Stadt und der Wirtschaft so wenig wie möglich in die Gestaltungsfreiheit der Betriebe eingegriffen werden. Insofern sollen die hierfür zu treffenden Vorschriften auf das absolut notwendige Maß begrenzt werden, so dass nur möglichst wenige, aber effektive Vorschriften im Sinne von Mindestanforderungen für die Gestaltung der Werbeanlagen aufgestellt und diese zugleich auf den fremdenverkehrlich frequentierten Bereich begrenzt werden sollen.

1.3 Bestehende baurechtliche Vorgaben für Werbeanlagen

Das öffentliche Baurecht ist zur Umsetzung der angegebenen, die Ortsentwicklung betreffenden Ziele und Zwecke nur bedingt geeignet. Hier sind für die Beurteilung der Zulässigkeit von Werbeanlagen hauptsächlich die Regelungen der NBauO zu baulichen Anlagen im Allgemeinen (§ 10 NBauO) und zu Werbeanlagen im Besonderen (§ 50 NBauO) relevant.

Gemäß § 10 NBauO sind bauliche Anlagen, zu denen auch Werbeanlagen zählen, in der Form, im Maßstab, im Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander, im Werkstoff einschließlich der Art seiner Verarbeitung und in der Farbe so durchzubilden, dass sie weder verunstaltet wirken noch das bestehende oder geplante Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild verunstalten. Genauere Angaben, wann es sich um eine verunstaltete oder verunstaltende Anlage handelt, sind hier nicht enthalten.

Speziell zu den Werbeanlagen gibt § 50 NBauO in Absatz 2 wiederum vor, dass diese nicht erheblich belästigen dürfen, insbesondere nicht durch ihre Größe, Häufung, Lichtstärke oder Betriebsweise. Außerdem sind gemäß Absatz 4 in Kleinsiedlungsgebieten, reinen Wohngebieten, allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten und Wochenendhausgebieten sowie in Gebieten, die nach ihrer vorhandenen Bebauung den genannten Baugebieten entsprechen, nur zulässig:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung und
- Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen.

Bezüglich der Werbeanlagen an der Stätte der Leistung deckt sich dies auch mit dem Bauplanungsrecht, da es sich nur bei diesen Werbeanlagen um eine dem Betrieb dienende Nebenanlage im Sinne von § 14 BauNVO handelt (Eigenwerbung).



Bei anderen Werbeanlagen, die nicht an der Stätte der Leistung angebracht werden sollen (Fremdwerbung), handelt es sich jedoch um bauliche Anlagen ohne Bezug zu der dort vorhandenen Hauptnutzung und somit um eine eigenständige Hauptnutzung, die demzufolge als gewerbliche Hauptnutzung dem Nutzungsbegriff des Gewerbebetriebes untersteht. Da diese wiederum in der BauNVO nicht unter den Nutzungskatalogen der o. g. Baugebiete aufgeführt sind, ist eine solche Werbeanlage (Fremdwerbung) in diesen Gebieten nicht zulässig.

Fremdwerbung ist demzufolge aber in Mischgebieten, Urbanen Gebieten und Kerngebieten sowie in Gewerbe- und Industriegebieten und ggf. Sonstigen Sondergebieten zulässig. Wenn Fremdwerbung insbesondere im zentralen Versorgungsbereich wirksam ausgeschlossen werden soll, muss somit eine entsprechende Regelung getroffen werden, zumal dies auch nicht bereits über örtliche Bauvorschriften in rechtsverbindlichen Bebauungsplänen erfolgt ist.

Nach § 50 Abs. 6 NBauO gelten die Vorschriften der NBauO außerdem nicht für Anschläge und Lichtwerbung an dafür genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen, für Werbemittel an Kiosken, für Auslagen und Dekorationen in Fenstern und Schaukästen sowie für Werbeanlagen, die vorübergehend für öffentliche Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden.

Die oben angegebenen, die weitere Ortsentwicklung betreffenden Ziele gehen über die sehr allgemein gehaltenen Anforderungen der NBauO hinaus. Für derartige Fälle ermöglicht § 84 NBauO den Erlass von örtlichen Bauvorschriften. Nach den dort angegebenen möglichen Gründen trifft hiervon im vorliegenden Fall Absatz 3 zu. Die Stadt Wiesmoor macht daher zur Erreichung der gegebenen Ziele hiervon Gebrauch.

1.4 Rechtsgrundlagen und Verfahren

Wie oben angegeben, wird die im Sinne der gegebenen Ziele und Zwecke erforderliche Gestaltungssatzung für Werbeanlagen als örtliche Bauvorschrift auf Grundlage von § 84 Abs. 3 NBauO aufgestellt. Hiernach können die Gemeinden, um u. a. bestimmte städtebauliche oder baugestalterische Absichten zu verwirklichen, auch über die Anforderungen der §§ 10 und 50 NBauO hinausgehend durch örtliche Bauvorschrift für bestimmte Teile des Gemeindegebietes besondere Anforderungen an die Art, Gestaltung oder Einordnung von Werbeanlagen stellen, sie insbesondere auf bestimmte Gebäudeteile, auf bestimmte Arten, Größen, Formen und Farben beschränken oder in bestimmten Gebieten oder an bestimmten baulichen Anlagen ausschließen.

Derartige örtliche Bauvorschriften werden nach § 84 Abs. 4 NBauO als Satzung im übertragenen Wirkungskreis erlassen. Für ihre Aufstellung gelten die Vorschriften für das Verfahren bei der Aufstellung von Bebauungsplänen, einschließlich der Sicherungsinstrumente der Bauleitplanung, entsprechend.

Der Rat der Stadt Wiesmoor hat dementsprechend zur Sicherstellung, dass die erforderliche Gestaltungssatzung für Werbeanlagen nicht bereits vor ihrem Inkrafttreten unterlaufen werden kann, am 25.02.2019 eine Veränderungssperre beschlossen und am 01.03.2019 in Kraft gesetzt. Mit Beschluss vom 23.02.2021 wurde sie um ein Jahr verlängert.

Anschließend hat die Stadt Wiesmoor selbst eine Gestaltungssatzung im Sinne eines ersten Entwurfes erarbeitet. Im weiteren Verlauf wurde hieraus dann für die erforderlichen Beteiligungsverfahren der Vorentwurf der Gestaltungssatzung in weiterer Abstimmung mit der Stadt Wiesmoor ausgearbeitet.



Mit dem Vorentwurf der Satzung erfolgte die frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit im Sinne von § 3 Abs. 1 BauGB in Form einer öffentlichen Abendveranstaltung am 24.08.2021 und die frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange, deren Aufgabenbereich durch diese Satzung berührt werden kann, im Sinne von § 4 Abs. 1 BauGB in der Zeit vom 21.07.2021 bis 27.08.2021.

Nach Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen und entsprechender Fortschreibung der Satzung erfolgte in der Zeit vom 22.09.2021 bis 22.10.2021 die öffentliche Auslegung im Sinne von § 3 Abs. 2 BauGB sowie der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange, deren Aufgabenbereich durch diese Satzung berührt werden kann, im Sinne von § 4 Abs. 2 BauGB.

Änderungs- oder Ergänzungserfordernisse ergaben sich hieraus nicht, so dass der Rat der Stadt Wiesmoor für die vorliegende Satzung am den Satzungsbeschluss fasste.

2. Ausgangssituation und Auswertung

2.1 Ausgangssituation bzgl. der Werbeanlagen

Entlang der „Hauptstraße“ (B 436) befinden sich auf der gesamten Länge der Ortsdurchfahrt Betriebe mit Werbeanlagen. Hier ist im zentralen Versorgungsbereich eng aneinandergereiht eine Vielzahl an hauptsächlich kleineren Betrieben mit jeweils für den Betrieb angemessenen und sich in das Stadtbild einfügenden Werbeanlagen vorhanden, bei denen es sich i. d. R. um Werbung an den Gebäudefassaden handelt.

Darüber hinaus sind in diesem zentralen Bereich auch einzelne größere Einzelhandelsbetriebe mit entsprechend größeren Werbeanlagen eingestreut. Soweit hier mehrere Betriebe auf einem gemeinsamen Betriebsgrundstück bzw. in einem gemeinsamen Gebäude vorhanden sind, sind zum Teil auch große, gemeinsam genutzte freistehende Werbeanlagen vorhanden. Derartige Anlagen sind auch in dem vor rund 20 Jahren entwickelten großflächigen Bereich mit einer Reihe von Discountern und Filialisten zwischen dem an der Hauptstraße gelegenen alteingesessenen Kaufhaus und dem Amaryllisweg sowie seiner Fortsetzung am Amaryllisweg vorhanden.

In Richtung der Ortsausgänge entlang der „Hauptstraße“ haben die Betriebe mehr Abstand zueinander. Hierbei handelt es sich auch weniger um Einzelhandel für den täglichen Bedarf sondern häufiger um anderen Einzelhandel und sonstige Gewerbebetriebe, häufiger auch mit sich in das Stadtbild einfügenden, freistehenden Werbeanlagen geringerer Größe.

Entlang der „Oldenburger Straße“ (L 12) finden sich hauptsächlich großflächigere Gewerbebetriebe mit entsprechend großen Werbeanlagen an den Gebäudefassaden sowie freistehenden Werbeanlagen.

An der „Wittmunder Straße“ (L 12) und der Straße „Neuer Weg“ (K 105) finden sich hauptsächlich kleinere Betriebe aller Art mit hierfür angemessenen Werbeanlagen an Gebäudefassaden und freistehenden Werbeanlagen. In der Nähe zur „Hauptstraße“ sind die Betriebe zunächst dichter und anschließend in Richtung der Ortsausgänge nur noch sporadisch angeordnet.

Darüber hinaus findet sich entlang der Straßen eine Vielzahl an Fahnenmasten, die sich jedoch in die örtlichen Strukturen einfügen und nicht störend wirken. Zudem gibt es im Stadtgebiet vereinzelt größere Plakatwände und ähnliche größere Anlagen für wechselnde Werbung, die je nach ihrem Standort im Stadtbild eher ungünstig wirken.



Insgesamt gibt es in Wiesmoor aufgrund der großen Anzahl an Betrieben auch eine große Anzahl an Werbeanlagen. Weit überwiegend handelt es sich hierbei infolge der Vielzahl kleinflächiger Betriebe um Werbeanlagen entsprechend geringerer Größe. Insbesondere in den Bereichen mit sehr dichter Bebauung handelt es sich hierbei in der Regel um Werbeanlagen an den Gebäudefassaden.

Soweit es die örtlichen Verhältnisse z. B. infolge zurückgesetzter Bebauung oder den Betrieben zugehöriger Parkplätze zulassen, sind im Stadtgebiet auch eine große Anzahl an freistehenden Werbeanlagen vorhanden. Hierbei handelt es sich zum Teil auch um sehr große Anlagen, die zum Teil von mehreren Betrieben gemeinsam genutzt werden. Darüber hinaus ist die Dichte der Werbeanlagen insbesondere in dicht mit Betrieben besetzten Bereichen sehr hoch.

2.2 Auswertung bzgl. der Werbeanlagen

Die Aneinanderreihung einer Vielzahl hauptsächlich kleinflächiger Betriebe aller Art ist für die Stadt Wiesmoor mit ihren langgestreckten Straßen charakteristisch. Die Vielfalt an Betrieben ist im Ortsbild durch eine ebenso große Vielfalt an zugehörigen Werbeanlagen gut erkennbar. Das Ortsbild wird infolgedessen gerade durch diese Vielzahl und Vielfalt entsprechend kleinflächiger Anlagen geprägt.

Die im zentralen Bereich in der jüngeren städtebaulichen Entwicklung sukzessive hinzugetretenen größeren Werbeanlagen insbesondere großflächiger Einzelhandelsbetriebe heben sich hiervon ab. Vor allem deren freistehende Werbeanlagen machen diese Betriebe für den PKW-orientierten Kundenverkehr aus ausreichender Entfernung erkennbar, so dass auch mit Blick auf den Fremdenverkehr potenzielle Gefahrenquellen durch Suchverkehr minimiert werden. Zugleich fügen sie sich nach Größe, Standort und Gestaltung in das Stadtbild ein und beeinträchtigen auch nicht die Sicht auf die kleineren Betriebe und ihre Werbeanlagen.

Ergänzende Anlagen wie Plakatwände und ähnliche größere Anlagen für nicht an der Stätte der Leistung erfolgende oder wechselnde Werbung sind für die örtlichen Betriebe nicht erforderlich, zumal deren Lage bei der Durchfahrt durch die Stadt auch ohne weitere Hilfestellung gut erkennbar ist. Sie würden somit bei der bereits gegebenen Vielzahl an Werbeanlagen das Orts- und Straßenbild unnötig belasten.

Hierüber hinaus ist derzeit eine Tendenz zu größeren bis sehr großen Werbeanlagen nicht nur im zentralen Versorgungsbereich sondern auch im Bereich der Ortseingänge und der sich hieran anschließenden Straßenabschnitte erkennbar. Besonders in solchen Fällen sind jedoch nicht nur die Auswirkungen auf das Ortsbild im engeren Umfeld sondern infolge der Funktion der Stadt als Luftkurort und der ihr regionalplanerisch zugewiesenen Entwicklungsaufgabe Tourismus gleichermaßen auch deren Auswirkungen auf die Attraktivität und den Charakter der Stadt insgesamt zu betrachten. Diese werden abgesehen von der Nutzungsvielfalt auch maßgeblich durch ein ansprechendes Stadtbild mit geordneten, übersichtlichen Strukturen und einfachen Orientierungsmöglichkeiten bestimmt. Dies ist insofern insbesondere bei künftigen Entwicklungen und Baugesuchen zu beachten.

Zusammenfassend ist der Bestand an Werbeanlagen hinsichtlich Größe und Anordnung durchaus für die jeweiligen Betriebe und ihr Zusammenspiel sowie für das Ortsbild und die Funktionen der Stadt Wiesmoor angemessen und verträglich. Für künftige Entwicklungen ist jedoch eine gewisse Steuerung erforderlich, um zu große oder auch besonders auffällige und insofern das Stadtbild belastende und die Orientierung erschwerende oder auch die kleinflächigen Betriebe beeinträchtigende bzw. benachteiligende Werbeanlagen verhindern zu können.



3. Inhalte der Satzung

Infolge der gegebenen Auswertung wurden auf Grundlage der o. g. Ziele gestalterische Anforderungen an Werbeanlagen erarbeitet, die bei künftigen Baugesuchen zugunsten der weiteren Stadtentwicklung zu beachten sind. Sie beschränken sich auf Vorgaben, die von der Stadt Wiesmoor als absolut notwendiges Minimum erachtet werden. Die Vorgaben wurden jeweils aus dem Bestand an Werbeanlagen abgeleitet, so dass hier nur in wenigen Ausnahmefällen der ohnehin geltende Bestandsschutz zum Tragen kommen wird.

Im Folgenden werden nun zunächst die vorgesehenen örtlichen Bauvorschriften zur Gestaltung der Werbeanlagen nochmals im Einzelnen wiedergegeben und anschließend entsprechend erläutert und begründet (kurz: Begründung).

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich dieser örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen umfasst den in der Anlage 1 „Lageplan mit Geltungsbereich der Werbeanlagensatzung“ gekennzeichneten Bereich. Der Lageplan ist Bestandteil dieser Satzung.

Begründung:

Der im Lageplan dargelegte räumliche Geltungsbereich umfasst jeweils 50 m breite Streifen entlang der „Hauptstraße“ (B 436), „Wittmunder Straße“ (L 12) mit parallel laufender „Schulstraße“, „Oldenburger Straße“ (L 12) mit parallel laufender „Mullberger Straße“ und „Neuer Weg“ (K 105) jeweils ab den Ortseingängen sowie die Bereiche zwischen der „Hauptstraße“ und der „Freilichtbühnenstraße“ bzw. dem „Amaryllisweg“ mit jeweils einem 50 m breiten Streifen entlang der Nordseiten dieser beiden Straßen. Am „Amaryllisweg“ sind außerdem die vollständigen Flurstücke der dort nördlich angrenzenden Einzelhandelsbetriebe einbezogen. Des Weiteren ist im Bereich des Marktplatzes die Marktstraße bis zum Amselweg und von diesem ein 50 m breiter Streifen bis zur „Mullberger Straße“ einbezogen.

Die Abgrenzung ist so gewählt, dass sie den zentralen Versorgungsbereich mit seiner Vielzahl und Vielfalt an Betrieben, die den Charakter der Stadt maßgeblich mit prägenden Hauptverkehrsstraßen ab den Ortseingängen und auch die für die Funktion als Luftkurort bedeutsamen Bereiche umfasst. Der Geltungsbereich umfasst somit die Bereiche, die quasi das „Aushängeschild“ der Stadt Wiesmoor sind.

Die Einbeziehung des zentralen Versorgungsbereiches ist erforderlich, da dieser eine große Dichte an Einzelhandels und Dienstleistungsbetrieben sowie sonstigen Gewerbebetrieben unterschiedlicher Größe mit einer entsprechenden Vielzahl an zugehörigen Werbeanlagen aufweist.

Die Einbeziehung der Hauptverkehrsstraßen ab den Ortseingängen ist erforderlich, da hier zum Teil große Gewerbebetriebe mit entsprechenden Werbeanlagen vorhanden sind, zum Teil aber auch eine eher kleinteilige bauliche Struktur besteht und gerade in den Ortseingangsbereichen die Tendenz zu verzeichnen ist, dass sie gerne für Werbeanlagen aller Art genutzt werden.

Die Einbeziehung der für die Funktion als Luftkurort bedeutsamen Bereiche mit ihren zuführenden Straßen ist erforderlich, da gerade auch hier eine gewisse Sensibilität hinsichtlich der Werbeanlagen geboten ist.



Der Geltungsbereich der vorliegenden Satzung umfasst somit alle Bereiche, in denen Werbeanlagen von besonderer Relevanz für die gesamte städtebauliche Entwicklung sein können.

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Die Satzung gilt für alle Werbeanlagen im Sinne des § 50 Abs. 1 der Niedersächsischen Bauordnung (NBauO). Sie gilt auch für Werbeanlagen und Maßnahmen, die gemäß § 60 Abs. 1 NBauO keiner Baugenehmigung bedürfen.
- (2) Die Satzung gilt nicht für
 - Werbeanlagen, die zeitlich befristet für im räumlichen Umfeld des Stadtgebietes der Stadt Wiesmoor zu verortende kulturelle, politische, sportliche, kirchliche oder kommerzielle Veranstaltungen bzw. Wahlen werben, wenn gewährleistet ist, dass die Werbeanlagen nach Ablauf der jeweiligen Veranstaltung wieder beseitigt werden,
 - Aufsteller vor Einzelhandels- und Handwerksbetrieben sowie Gaststätten, die nur während der Geschäftszeiten des jeweiligen Betriebes aufgestellt werden,
 - Tankstellen.
- (3) Diese Satzung ist bei Maßnahmen aller Art wie Anbringung, Um- und Neugestaltung von Werbeanlagen sowie bei Instandsetzungen über den Bestandsschutz hinaus anzuwenden.
- (4) Die Anwendung anderer gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere des Niedersächsischen Denkmalschutzgesetzes, des Niedersächsischen Straßengesetzes und des Bundesfernstraßengesetzes, der Niedersächsischen Bauordnung und des Baugesetzbuches, bleibt von den Vorschriften dieser Satzung unberührt.

Begründung:

zu Abs. 1 Mit Absatz 1 wird analog zu § 59 Abs. 3 Satz 1 NBauO klargestellt, dass die vorliegende Werbeanlagensatzung grundsätzlich für alle Arten von Werbeanlagen und somit auch für genehmigungsfreie Werbeanlagen und Maßnahmen gilt. Dies ist erforderlich, da ein den Funktionen und Aufgaben der Stadt Wiesmoor gerecht werdendes Ortsbild auch künftig nur erhalten werden kann, wenn alle Werbeanlagen die nachfolgenden Anforderungen im Sinne von Mindeststandards erfüllen.

zu Abs. 2 Hiervon ausgenommen werden nach Absatz 2 zeitlich befristete Werbeanlagen, die für innerhalb des Stadtgebietes stattfindende Veranstaltungen oder für Wahlen werben und für die gewährleistet ist, dass sie nach Ablauf der jeweiligen Veranstaltung wieder beseitigt werden. Ebenso werden Aufsteller vor Einzelhandels- und Handwerksbetrieben sowie Gaststätten, die nur während der Geschäftszeiten des jeweiligen Betriebes aufgestellt werden, ausgenommen. In beiden Fällen handelt es sich um kurzfristige und veränderliche Werbemaßnahmen, die nicht dauerhaft im Ortsbild wirksam und hauptsächlich informativer Art sind. Aufgrund ihrer Befristung und zur Vermeidung von Härtefällen werden diese hier ausgenommen.

Soweit es sich um Werbung für Veranstaltungen andernorts handelt, oder um solche, bei der das Abräumen nicht sichergestellt ist und die daher auf Dauer im Ortsbild sichtbar sein werden, unterliegen diese Werbeanlagen den in der vorliegenden Satzung enthaltenen Anforderungen, da sie dann den übrigen (dauerhaften) Werbeanlagen gleichgestellt werden müssen.



Des Weiteren werden nach Absatz 2 auch Tankstellen von der Werbeanlagensatzung ausgenommen. Sie werden im Allgemeinen mit einer großflächigen Anzeigetafel und zur Wiedererkennung in der Regel auch mit großflächigen, zumeist umlaufenden Farbbändern gekennzeichnet, die demzufolge als Werbeanlagen einzustufen sind. Da sie bundesweit mehr oder weniger einheitlich wirken und von der Bevölkerung akzeptiert sind, gehen von diesen Anlagen jedoch in der Regel keine negativen Auswirkungen auf das Ortsbild aus, so dass sie hier ausgenommen werden.

zu Abs. 3 Absatz 3 stellt klar, dass diese Satzung nicht nur für neue Werbeanlagen sondern auch bei jeglichen Maßnahmen an bestehenden Werbeanlagen wie Um- und Neugestaltung oder Instandsetzungen, die über den Bestandsschutz hinausgehen, anzuwenden ist. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die vorliegende Satzung nicht durch spätere Änderungen an zuvor genehmigten Werbeanlagen hintergangen werden kann.

zu Abs. 4 Absatz 4 stellt analog zu § 59 Abs. 3, Satz 2 NBauO klar, dass die sich aus anderen Gesetzen ergebenden Bestimmungen unberührt bleiben. Hiermit wird sichergestellt, dass andere gesetzliche Bestimmungen, die im Falle von Werbeanlagen zu beachten sind, insbesondere auch dann weiterhin gelten, wenn die vorliegende Satzung hier geringere Anforderungen stellt (s. hierzu auch Kap. 4.5).

§ 3 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.

Ausgenommen hiervon sind Hinweisschilder, die auf einen in der Seitenstraße befindlichen Betrieb hinweisen und eine Größe von 30 x 70 cm nicht überschreiten sowie Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen.

(2) Werbeanlagen sind so zu errichten, anzuordnen, zu gestalten und zu unterhalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe, Lichtwirkung und Gliederung das Erscheinungsbild der Grundstücke und baulichen Anlagen sowie das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen, das Orts- und Straßenbild oder den städtebaulichen Charakter des Umfeldes nicht erheblich beeinträchtigen oder durch Größe, Häufung, Lichtstärke oder Betriebsweise nicht erheblich belästigen. Sie müssen sich in das Ortsbild einfügen und diesem unterordnen.

(3) Bei beleuchteten Werbeanlagen muss die Farbe der Beleuchtung für die gesamte Werbeanlage einheitlich und blendfrei sein. Dies gilt auch für Werbeanlagen, die eng beieinander angebracht sind bzw. stehen.

Begründung:

Im Rahmen der vorliegenden Satzung werden zunächst allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen formuliert, die von allen Werbeanlagen, für die diese Satzung gemäß der oben angegebenen § 1 und § 2 gilt, einzuhalten sind. Hiermit soll sichergestellt werden, dass auch bei den in den nachfolgenden Paragraphen aufgeführten Ausnahmen zumindest diese im Sinne von Mindestanforderungen erfüllt werden. Dies ist erforderlich, um den vorgenannten Zielen entgegenstehende Entwicklungen möglichst weitgehend vermeiden zu können.

zu Abs. 1 Im Einzelnen sind aufgrund der Ziele und Zwecke der vorliegenden Satzung gemäß Absatz 1 Werbeanlagen generell nur an der Stätte der Leistung zulässig. Dies geht



über § 50 Abs. 4 NBauO, der dies nur innerhalb von Wohngebieten aller Art sowie Dorfgebieten und diesen vergleichbaren Gebieten fordert, mehr oder weniger weit hinaus. Aufgrund der großen Dichte und Anzahl an Betrieben im zentralen Versorgungsbereich, der sich hauptsächlich als Misch- bzw. Kerngebiet darstellt, ist hier jedoch eine Begrenzung auf die für die ansässigen Betriebe erforderlichen Werbeanlagen unverzichtbar, um eine zusätzliche Belastung des Ortsbildes mit hier nicht unmittelbar erforderlichen Werbeanlagen zu vermeiden, die Sichtbarkeit der ortsansässigen Betriebe zu gewährleisten und ihren Fortbestand auf diese Weise entsprechend zu unterstützen.

Aus gleichen Gründen ist auch entlang der langgestreckten Hauptverkehrsstraßen, die sich ab den Ortseingängen zum großen Teil als Mischgebiete und zum Teil auch als Gewerbegebiete darstellen, die Begrenzung auf die für die jeweils am Ort ansässigen Betriebe erforderlichen Werbeanlagen erforderlich, zumal hier eine zunehmende Tendenz zur Aufstellung hauptsächlich großflächiger Werbeanlagen für andernorts zu verortende Betriebe festzustellen ist.

Ausgenommen werden hiervon Hinweisschilder in städtebaulich wie straßenverkehrsrechtlich vertretbarer Größe zu Betrieben, die in Seitenstraßen ansässig sind. Hiermit soll Betrieben, die nicht direkt von der Hauptverkehrsstraße aus sichtbar sind, ermöglicht werden, angemessen auf sich aufmerksam zu machen, um auch deren Fortbestand zu unterstützen. Des Weiteren werden auch Anlagen für amtliche Mitteilungen und zur Unterrichtung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen hiervon ausgenommen, da es sich hierbei in der Regel um Anlagen zu Informationszwecken in angemessener Größe handelt.

zu Abs. 2 und 3 In Absatz 2 und 3 werden die in § 10 NBauO vorgegebenen Anforderungen an die Gestaltung baulicher Anlagen und die in § 50 Abs. 2 NBauO vorgegebenen Anforderungen speziell zu Werbeanlagen zugunsten eines angemessenen Ortsbildes etwas konkreter eingegrenzt. Im Einzelnen wird das in der NBauO vorgegebene Verbot einer verunstalteten oder verunstaltenden Wirkung mit der in der Satzung vorgesehenen Bedingung des nicht erheblich Beeinträchtigtens auf eine etwas höhere Stufe gestellt, um das Ortsbild entsprechend besser schützen zu können. Zugleich müssen sich Werbeanlagen in das Ortsbild einfügen und diesem unterordnen. Auch dies dient dem Schutz und dem Erhalt eines den Aufgaben und Funktionen der Stadt Wiesmoor gerecht werdenden Ortsbildes.

Auch hinsichtlich der Beleuchtung von Werbeanlagen gehen die in der Satzung vorgesehenen Bedingungen über die Vorgabe der NBauO des Nicht-erheblich-Belästigtens hinaus, indem die Farbe der Beleuchtung für die gesamte Werbeanlage sowie eng beieinander angebrachte bzw. stehende Werbeanlagen einheitlich und blendfrei sein muss. Dies dient einer besseren Übersicht über die Betriebe und einer besseren Übersichtlichkeit des Ortsbildes und ist für gute Orientierungsmöglichkeiten unverzichtbar. Zudem ist gerade eine störungs- und blendfreie Beleuchtung von Werbeanlagen auch straßenbaurechtlich relevant.



§ 4 Werbeanlagen an Gebäudefassaden

- (1) Werbeanlagen an Gebäudefassaden müssen sich in die architektonischen Gliederungs- und Gestaltungselemente der Gebäudefassade einfügen. Sie dürfen nach Anzahl, Größe und Gestaltung nicht dominant wirken.
- (2) An den Gebäudefassaden sind jeweils maximal 3 Werbeanlagen pro Betrieb bis zu einer Gesamtgröße von maximal 10 m² pro Betrieb zulässig. Die Gesamtgröße gilt nicht für Gebiete, die durch rechtskräftige Bebauungspläne als Gewerbe- oder Industriegebiet festgesetzt sind oder nach der vorhandenen Bebauung solchen Baugebieten entsprechen.
- (3) Die Absätze 1 und 2 gelten nicht für Werbung in Form von Fensterbeklebungen.

Begründung:

Über die allgemeinen Anforderungen in § 3 der vorliegenden Satzung hinausgehend werden die Gestaltungsvorschriften je nach Art der Werbeanlagen weiter konkretisiert. Hierzu wird nach Werbeanlagen an Gebäudefassaden und freistehenden Werbeanlagen differenziert, da diese jeweils unterschiedliche Wirkungen auf das Ortsbild haben:

zu Abs. 1 Werbeanlagen an Gebäudefassaden können nach je nach Größe, Anordnung und Anzahl insbesondere dann negative Auswirkungen auf die äußere Erscheinung des Gebäudes und somit auch auf das Ortsbild haben, wenn sie die die Gebäudefassade prägenden architektonischen Gliederungs- und Gestaltungselemente ganz oder in Teilen verdecken. Umgekehrt können sie bei guter gestalterischer Qualität auch wenig attraktive Fassaden deutlich aufwerten.

Die Stadt Wiesmoor möchte in die Gestaltungsfreiheit bzgl. der Werbeanlagen zugleich nur so wenig wie möglich und notwendig eingreifen, zumal diesbezüglich kaum negative Beispiele im Bestand vorhanden sind. Insofern wird hier auf detaillierte Vorschriften zur Größe, Anordnung und Anzahl der Werbeanlagen weitgehend verzichtet. Statt dessen sind über die in § 3 enthaltenen allgemeinen Anforderungen hinausgehend Werbeanlagen an Gebäudefassaden lediglich so zu gestalten und anzuordnen, dass sie sich in die architektonischen Gliederungs- und Gestaltungselemente der Fassade einfügen und nach Anzahl, Größe und Gestaltung nicht dominant wirken. Hiermit soll erreicht werden, dass die das bestehende Ortsbild funktionsgerecht und angemessen prägenden, wesentlichen Merkmale auch bei künftigen Entwicklungen adäquat berücksichtigt werden.

zu Abs. 2 Je nach Größe der Fassade ermöglichen die Vorgaben nach Absatz 1 ggf. auch sehr große oder eine größere Anzahl an Werbeanlagen. Dies kann sich insbesondere dann, wenn in den hauptsächlich kleinteiligen Strukturen großflächigere Betriebe mit entsprechend großen Fassaden eingestreut sind, negativ auf das Ortsbild auswirken. Zugleich kann insbesondere auch bei kleinen Gebäuden eine Vielzahl kleiner Werbeanlagen an den Fassaden optisch störend wirken und die Orientierung erschweren. Daher wird neben dem Kriterium des sich Einfügens und dem Ausschluss dominanter Werbeanlagen zugleich die Größe und die Anzahl der Werbeanlagen an Fassaden begrenzt.

Im Einzelnen sind maximal 3 Werbeanlagen pro Betrieb bis zu einer Gesamtgröße von maximal 10 m² pro Betrieb zulässig. Hiermit wird dem Aspekt Rechnung getragen, dass insbesondere bei kleinteiligen Strukturen im Bestand häufig Werbeanlagen über die gesamte Fassadenbreite mit einer Höhe von geschätzt häufig um



die 0,50 m plus / minus 0,20 m verlaufen. Zusätzlich sind an den Fassaden häufig weitere Werbeanlagen zum Sortiment bzw. den angebotenen Leistungen etc. angebracht. Fassaden mit mehr als 3 Werbeanlagen wirken jedoch meist ungeordnet und erschweren die Orientierung, so dass sich die maximale Anzahl an Werbeanlagen an Fassaden hieraus ergibt. Bei der vorgesehenen Gesamtgröße, die sich am Bestand orientiert und nur in wenigen Fällen überschritten wird, sind die Größen aller Werbeanlagen des jeweiligen Betriebes zusammenzurechnen. Hierbei ist der Bezug auf den jeweiligen Betrieb erforderlich, da es Gebäude gibt, in denen mehrere Betriebe ansässig sind.

Die Begrenzung der Anzahl und der Gesamtgröße der an Fassaden angebrachten Werbeanlagen ist nur für den innerstädtischen Bereich, nicht jedoch für die durchweg großflächigeren und offener wirkenden Gewerbe- und Industriegebiete, die hauptsächlich entlang der Oldenburger Straße (L 12) verlaufen, erforderlich. Dort liegen die Gebäude in der Regel in größerem Abstand zur Erschließungsstraße, so dass die Werbeanlagen zur besseren Erkennbarkeit in der Regel deutlich größer sind. Dies ist mit Blick auf den Suchverkehr auf der L 12 zugunsten eines besseren Verkehrsablaufs auch akzeptabel, so dass diese Bereiche aus der Begrenzung der Anzahl und der Gesamtgröße der an Fassaden angebrachten Werbeanlagen ausgenommen sind. Dennoch gilt auch in diesen Bereichen das Gebot des sich Einfügens und der Ausschluss dominanter Werbeanlagen nach Absatz 1.

zu Abs. 3 Nach Absatz 3 gelten die Vorschriften nach Absatz 1 und 2 nicht für Werbung in Form von Fensterbeklebung. Gleichwohl müssen auch diese die allgemeinen Anforderungen nach § 3 einhalten. Auch diese sind somit nur an der Stätte der Leistung zulässig und dürfen insbesondere das Erscheinungsbild des Gebäudes, das Orts- und Straßenbild und den städtebaulichen Charakter des Umfeldes nicht erheblich beeinträchtigen und auch nicht z. B. durch Größe und Häufung erheblich belästigen. Diese Art von Werbeanlagen, die in dezenter Art und Weise durchaus des Öfteren im Ortsbild zu finden sind, werden hier ausgenommen, da Fenster bereits zu den architektonischen Gliederungs- und Gestaltungselementen der Gebäudefassade zählen und an sich selten dominant wirken.

§ 5 Freistehende Werbeanlagen

- (1) Je Betrieb sind maximal zwei freistehende Werbeanlagen mit einer Ansichtsfläche von in der Summe maximal 6 m² je Ansichtsseite zulässig.
- (2) Von mehreren Betrieben gemeinsam genutzte freistehende Werbeanlagen dürfen eine Gesamthöhe von 9 m nicht überschreiten. Sonstige freistehende Werbeanlagen sind bis zu einer Gesamthöhe von maximal 5 m zulässig. Pro Betrieb darf in der Summe der Gesamthöhen aller freistehenden Werbeanlagen eine Höhe von 6 m nicht überschritten werden.
- (3) Die Absätze 1 und 2 gelten nicht für Fahnenmasten.

Begründung:

Freistehende Werbeanlagen sind insbesondere bei Betrieben, die von der Straße etwas zurückversetzt liegen oder einen größeren Kundenparkplatz aufweisen, im Bestand häufiger vorhanden. Sie stehen in der Regel quer zur Straße, damit sie vom PKW-orientierten Kundenverkehr gut erkennbar sind, und geben zum Teil die Lage der Einfahrt zum Kundenparkplatz an.



zu Insofern sind hier nach Absatz 1 zwei freistehende Werbeanlagen je Betrieb zulässig, damit z. B. mittels einer größeren Anlage die Lage des jeweiligen Betriebs bereits aus größerer Entfernung erkennbar ist und die Einfahrt zum Kundenparkplatz durch eine kleinere Anlage verdeutlicht werden kann. Zugleich soll mit der Reduzierung auf zwei freistehende Werbeanlagen vermieden werden, dass das Ortsbild durch ergänzende, aber nicht notwendige Werbeanlagen zusätzlich belastet wird. Die Ansichtsfläche der Werbeanlagen wird außerdem pro Betrieb auf maximal 6 m² je Ansichtsseite begrenzt, da dies im Regelfall im Bestand ausreicht und zugleich ausreichend Spielraum für die Größe freistehender Werbeanlagen lässt.

Abs. 1

zu Werden freistehende Werbeanlagen von mehreren Betrieben gemeinsam genutzt, dürfen diese nach Absatz 2 eine Gesamthöhe von 9 m nicht überschreiten. Die Gesamthöhe umfasst hierbei die Höhe vom Boden bis zur Oberkante der Anlage. Diese Höhe wird im Regelfall im Bestand gemeinsam genutzter Werbeanlagen eingehalten und ermöglicht für jeden Betrieb eine ausreichend große, deutlich im Straßenverkehr erkennbare Ansichtsfläche.

Sonstige freistehende Werbeanlagen, also nur von einem einzelnen Betrieb genutzte Werbeanlagen, sind bis zu einer Gesamthöhe (s. o.) von maximal 5 m zulässig. Dies ermöglicht insbesondere bei quer zur Straße aufgestellten Anlagen unterhalb der Ansichtsfläche der Werbeanlage ein freies Sichtfeld von ca. 2,00 m bis rund 2,50 m Höhe und darüber eine rund 2,50 m bis 3,00 m hohe Ansichtsfläche. Dies wird im Sinne eines Kompromisses für die Werbung als ausreichend und zugleich für das Ortsbild als verträglich erachtet.

Bei mehreren freistehenden Werbeanlagen sind ihre Gesamthöhen außerdem pro Betrieb zusammenzurechnen und dürfen dann in der Summe eine Höhe von 6 m nicht überschreiten. Wird die maximale Höhe einer Anlage von 5 m bspw. mehr oder weniger ausgenutzt, kann infolgedessen nur noch eine entsprechend niedrige Anlage z. B. zur Kenntlichmachung der Einfahrt zum Kundenparkplatz aufgestellt werden. Auf diese Weise soll eine zusätzliche Belastung des Ortsbildes durch zwei sehr hohe Werbeanlagen, von denen für den PKW-orientierten Kundenverkehr zugunsten der Erkennbarkeit des Betriebsstandortes bereits eine ausreicht, zugunsten der Übersichtlichkeit des Ortsbildes vermieden werden.

zu Freistehende Werbeanlagen in Form von Fahnenmasten werden nach Absatz 3 von diesen Vorschriften zu Größe und Höhe der Anlagen und Ansichtsflächen ausgenommen, da es sich hier um Sonderformen handelt, die sich hier kaum unter- bzw. einordnen lassen. Für Fahnenmasten, die im Bestand bereits in großer Zahl und Vielfalt vorhanden sind, werden auch keine gesonderten Vorschriften z. B. hinsichtlich Anzahl und Größe erforderlich, da für diese wie im übrigen auch für die sonstigen freistehenden oder an Gebäudefassaden angebrachten Werbeanlagen insbesondere die allgemeinen Anforderungen des § 3 dieser Satzung ohnehin zu beachten sind.



§ 6 Licht an Werbeanlagen

Im gesamten Geltungsbereich dieser Satzung sind folgende Werbeanlagen unzulässig:

1. Werbeanlagen mit Blink-, Wechsel- und Lauflicht oder sonstigem beweglichen Licht sowie Lichtprojektionen wie Bildwerfer und Filmwerbung,
2. Werbeanlagen, die durch sich bewegende Scheinwerfer oder ähnliche Elemente angestrahlt werden.

Begründung:

Mit § 6 wird klargestellt, dass Werbeanlagen mit bestimmten Arten von Licht oder Beleuchtung von vornherein nicht zulässig sind und daher auch keiner Überprüfung bedürfen, ob sie im Einzelfall die allgemeinen Anforderungen des § 3 dieser Satzung einhalten würden. Insbesondere werden hier Werbeanlagen mit allen Arten von beweglichem Licht, Lichtprojektionen und Anstrahlungen durch sich bewegende Scheinwerfer ausgeschlossen, da die Stadt Wiesmoor diese als im Ortsbild sehr störend erachtet und sie zudem im Straßenverkehr durch Ablenkung verkehrsfährend wirken können.

§ 7 Abweichungen

Abweichungen gemäß § 66 NBauO von den Regelungen dieser Satzung können zugelassen werden, wenn sie sich städtebaulich und baugestalterisch in das Ortsbild einfügen. Sie dürfen nur im Einvernehmen mit der Stadt Wiesmoor zugelassen werden.

Begründung:

Im Bestand gibt es mehrere gute Beispiele von Werbeanlagen, die den vorstehenden Vorschriften nicht in jedem Fall entsprechen. Um derartige Werbeanlagen auch zukünftig ermöglichen zu können, werden mit § 7 somit Abweichungen von diesen Vorschriften ermöglicht. Bedingung hierfür ist jedoch, dass die Stadt Wiesmoor hierzu ihr Einvernehmen erteilt, damit sie die Wirkung dieser Werbeanlagen auf das Ortsbild selbst beurteilen kann und ggf. die Abweichung auch verhindern kann.

§ 8 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig handelt gemäß § 80 Abs. 3 NBauO, wer dieser örtlichen Bauvorschrift zuwiderhandelt. Zuwiderhandlungen gegen die örtliche Bauvorschrift können gemäß § 80 Abs. 5 NBauO mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

Begründung:

Gemäß § 80 Abs. 3 NBauO handelt ordnungswidrig, wer einer aufgrund der NBauO ergangenen örtlichen Bauvorschrift zuwiderhandelt, wenn die örtliche Bauvorschrift für einen bestimmten Tatbestand auf die Bußgeldvorschrift der NBauO verweist. Um diese Satzung durchsetzen und Zuwiderhandlungen entsprechend ahnden zu können, ist hier daher bzgl. der Ordnungswidrigkeiten § 8 aufgenommen.

Mit § 8 der vorliegenden Satzung wird insofern klargestellt, dass jemand der dieser Örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen zuwiderhandelt,



ordnungswidrig handelt. Um Ordnungswidrigkeiten entsprechend ahnden zu können, wird außerdem auf die Bußgeldvorschrift des § 80 Abs. 5 NBauO verwiesen. Hiernach können Zuwiderhandlungen gegen die örtliche Bauvorschrift mit einer Geldbuße von bis zu 500.000 Euro geahndet werden.

4. Auswirkungen und Handhabung der vorliegenden Satzung

4.1 Naturschutzrechtliche Belange

Der Landkreis Aurich hat im Hinblick auf die nach der Satzung zulässige Beleuchtung der Werbeanlagen empfohlen, entsprechend den neuen naturschutzfachlichen Standards nachfolgende Hinweise zu befolgen, um die dämmerungs- und nachtaktive heimische Fauna nicht zu gefährden:

- Grundsätzlich sollte mit Licht möglichst sparsam umgegangen werden und dies in geringstmöglicher Helligkeit verwendet werden.
- Es sollten Leuchtkörper mit geringen UV- und Blaulichtanteilen verwendet werden, warmweißes LED-Licht < 3.000 Kelvin hat sich als günstig erwiesen.
- Die Installationshöhe sollte möglichst niedrig erfolgen und ausschließlich von oben nach unten gerichtet, um eine Streuung in den Himmel zu vermeiden.
- Es sollten geschlossene Lampen verwendet werden, ggf. mit feinen Bohrungen anstelle von Kühlschlitzen, die es Insekten ermöglichen, das Gehäuse wieder zu verlassen.
- Die Betriebsdauer sollte auf die notwendige Zeit begrenzt werden.
- Die Einflugbereiche und Jagdhabitats nachtaktiver Tiere (z. B. Fledermäuse, Nachtfalter) sollten ggf. in der Planung berücksichtigt werden.
- Einsätze von Lasern, Reklamescheinwerfern oder Skybeamern sollten sorgfältig auf Notwendigkeit geprüft werden.

4.2 Rechtswirkungen

Die vorliegende Gestaltungssatzung gilt nach § 1 der Satzung nur für den in der Anlage 1 der Satzung abgegrenzten räumlichen Geltungsbereich. Sie gilt zugleich nur für solche Werbeanlagen und Maßnahmen an Werbeanlagen, die nach § 2 der Satzung von ihr erfasst werden. Werbeanlagen außerhalb dieses räumlichen und sachlichen Geltungsbereiches sind hiervon nicht betroffen.

In diesem Rahmen unterliegen bestehende Werbeanlagen, die der vorliegenden Gestaltungssatzung nicht entsprechen, in der gegebenen bisher zulässigen bzw. genehmigten Form dem allgemeinen Bestandsschutz. Bei künftigen Änderungen oder Erneuerungen solcher Werbeanlagen, die über den allgemeinen Bestandsschutz hinausgehen, sind dann die Vorschriften dieser Satzung zu beachten.

Darüber hinaus ist mit Rechtskraft dieser Satzung diese für alle künftigen Werbeanlagen, die nach dem räumlichen und sachlichen Geltungsbereich dieser Satzung von ihr erfasst werden, anzuwenden.

4.3 Verhältnis der einzelnen Paragraphen dieser Satzung untereinander

Die vorliegende Satzung enthält in § 3 allgemeine Anforderungen und in den nachfolgenden Paragraphen konkretere Anforderungen. Diese sind jeweils unabhängig voneinander zu beachten, zumal mit der vorliegenden Satzung nur ein grober Rahmen gesetzt wird. Es kann insofern nicht davon ausgegangen werden, dass eine Werbe-



anlage, die bspw. die Größenanforderungen nach § 5 erfüllt, auch automatisch die entsprechenden allgemeinen Anforderungen nach § 3 erfüllt. Dies gilt insbesondere in Bereichen mit kleinteiligen Strukturen, in denen eine 5 m hohe freistehende Werbeanlage schon überdimensioniert und somit unzulässig sein kann, wenn sie sich nicht in das Ortsbild einfügt und diesem unterordnet. Die zu beurteilenden Werbeanlagen müssen somit jede einzelne Vorschrift erfüllen.

4.4 Verhältnis dieser Satzung zu den Regelungen der NBauO

Die vorliegende örtliche Bauvorschrift über die Gestaltung von Werbeanlagen basiert auf den Vorschriften der NBauO. Soweit hier unter Verzicht auf nähere Regelungen auf Paragraphen der NBauO verwiesen wird, gelten diese somit unmittelbar.

Soweit die Stadt Wiesmoor Regelungserfordernisse bzgl. der Gestaltung der Werbeanlagen sieht, sind diese in die vorliegende Satzung aufgenommen. Diese gehen in der Regel über die Vorschriften der NBauO hinaus und sind entsprechend zu beachten (s. hierzu auch § 8 der Satzung).

Soweit die NBauO über die vorliegende Satzung hinausgehende Vorschriften enthält, die Werbeanlagen direkt oder indirekt (z. B. als bauliche Anlagen) betreffen, sind dementsprechend die Vorschriften der NBauO zu beachten.

4.5 Verhältnis dieser Satzung zu anderen Vorschriften und Regelungen

Beschränkungen, die sich aus anderen Vorschriften und Regelungen, insbesondere aus straßenrechtlichen oder denkmalrechtlichen Vorschriften ergeben (s. hierzu auch § 2 Absatz 4 der Satzung), bleiben von dieser Satzung unberührt.

Ergibt sich insofern bspw. aus dem Straßenbaurecht die Unzulässigkeit einer Werbeanlage, wird sie auch dann nicht zulässig, wenn sie ansonsten den Vorschriften dieser Satzung entspricht.

5. Ergänzende Hinweise

Der mit der vorliegenden Satzung vorgesehene Rahmen für die Gestaltung von Werbeanlagen kann insbesondere durch weitergehende Regelungen und Vorschriften folgender Träger öffentlicher Belange weiter eingeschränkt werden:

- Bei Werbeanlagen entlang der B 436 und der L 12 ist nach Angabe der NLStbV die Leuchtstärke von Werbeanlagen so schwach zu halten, dass der fließende Verkehr im Zuge dieser Straßen nicht geblendet, abgelenkt oder sonst wie beeinträchtigt wird.
- Der Landkreis Aurich weist nachrichtlich seitens des Straßenbaulasträgers darauf hin, dass Sichtfelder und Lichtraumprofile nicht eingeschränkt werden dürfen.
- Bei Werbeanlagen im Bereich von Hochspannungsfreileitungen sind die Schutzabstände und sonstigen Vorgaben der Avacon Netz GmbH, die insbesondere auch die maximale Höhe der Werbeanlagen zusätzlich begrenzen können, zu beachten. Bei Bauanträgen im Bereich der Hochspannungsfreileitungen ist somit die Avacon Netz GmbH zu beteiligen.
- Bei etwaiger Beantragung einer Abweichung von der Satzung hinsichtlich der Höhe von Werbeanlagen ist ab einer Höhe von mehr als 15 m das Bundesamt für Infrastruktur, Umweltschutz und Dienstleistungen der Bundeswehr zu beteiligen.



Hinsichtlich der Standortwahl künftiger Werbeanlagen wurden folgende Hinweise gegeben:

- Nach Angabe der NLStbV dürfen am Brückenbauwerk im Bereich des Knotenpunktes B 436 / L 12 keine Werbeanlagen angebracht werden.
- Bzgl. der Abstände zu den Gewässern II. und III. Ordnung ist die Satzung der Sielacht Stickhausen zu beachten.
- Sollten bei künftigen Bau- und Erdarbeiten archäologische Kulturdenkmale (Boden- und Baudenkmale) festgestellt werden, sind diese unverzüglich der Unteren Denkmalschutzbehörde des Landkreises Aurich oder der Ostfriesischen Landschaft zu melden. In diesem Zusammenhang wird auf das Niedersächsische Denkmalschutzgesetz vom 30.05.1978 (Nds. GVBl. S. 517), sowie die Änderung vom 26.05.2011 (Nds. GVBl. S. 135), verwiesen, wonach der Finder und der Leiter von Erdarbeiten verpflichtet sind, Bodenfunde anzuzeigen.
- Nach Angabe der Niedersächsischen Landesforsten ist es zur Minderung möglicher Auswirkungen auf das Ökosystem Wald wünschenswert, beleuchtete Werbeanlagen auf den Betriebsflächen / -grundstücken so weit wie möglich von den Waldrändern entfernt anzuordnen.
- Neben den üblichen Ver- und Entsorgungsleitungen sind hier insbesondere auch die Fernmeldeleitung der Avacon Netz GmbH mit zugehörigem beidseitigen Schutzbereich und den hier geltenden Vorgaben zu beachten.

6. Fortschreibung

Frühzeitige Beteiligung

In den frühzeitigen Beteiligungsverfahren haben sich lediglich einige Träger öffentlicher Belange vor allem mit Hinweisen zu der vorliegenden Satzung geäußert. Bürger oder Gewerbetreibende sind zu dem in Form einer öffentlichen Versammlung durchgeführten Beteiligungsverfahren nicht erschienen.

Insgesamt ist von den Trägern öffentlicher Belange nur eine einzige Anregung eingegangen, die eine entsprechende Ergänzung der Satzungsinhalte zur Folge hatte. So hat die Niedersächsische Landesbehörde für Straßenbau und Verkehr (NLStbV) darauf hingewiesen, dass neben dem Niedersächsischen Straßengesetz (NStrG) auch das Bundesfernstraßengesetz (FStrG) zu beachten ist, soweit Werbeanlagen entlang der B 436 errichtet werden sollen. Die Werbeanlagen-Satzung wurde daher in § 2 Abs. 4 in der (ohnehin) nicht abschließenden Aufzählung der unberührt bleibenden gesetzlichen Bestimmungen um dieses Gesetz ergänzt.

Des Weiteren hat sich die NLStbV zur Leuchtstärke von Werbeanlagen entlang der B 436 und der L 12 geäußert. Hierbei handelt es sich um einen straßenbaurechtlichen Belang, der hier unberührt bleibt (s. auch Kap.3 zu § 2 Abs. 4 sowie Kap. 4.5). Da dieser Aspekt zugleich die Gestaltung der Werbeanlagen betrifft, wurde dieser Hinweis zusätzlich in das neu eingefügte Kap. 5 aufgenommen. Gleiches gilt für die vom Landkreis Aurich angegebenen straßenrechtlichen Belange hinsichtlich der Sichtfelder und Lichtraumprofile.

Hinsichtlich der naturschutzrechtlichen Belange hat der Landkreis Aurich außerdem Empfehlungen zur Beleuchtung abgegeben, die die Auswirkungen auf die dämmerungs- und nachtaktive heimische Fauna mindern können. Diese wurden demzufolge vollständig in das neu eingefügte Kapitel 4.1 „Naturschutzrechtliche Belange“ aufgenommen.



Die Gestaltung der Werbeanlagen kann auch im Bereich von Hochspannungsfreileitungen betroffen sein, insbesondere wenn sich infolge der diesbezüglich einzuhaltenden Vorgaben Einschränkungen der Höhe der Werbeanlagen ergeben. Daher wurde auch der diesbezügliche Hinweis der Avacon Netz GmbH und der Hinweis auf die Pflicht zu ihrer Beteiligung bei Bauanträgen im Bereich ihrer Freileitungen in das neue Kap. 5 aufgenommen.

Auf die Höhe der Werbeanlagen bezieht sich auch die Stellungnahme der Bundeswehr. Sie hat keine Bedenken, wenn sich Werbeanlagen maßvoll in das Stadtgebiet einfügen und eine Höhe von 15 m nicht überschreiten. Dies ist mit der vorliegenden Begrenzung auf eine Gesamthöhe von maximal 9 m gegeben, so dass diesbezüglich keine Änderung erforderlich ist. Mit Blick auf die Möglichkeit von Abweichungen wird dieser Hinweis jedoch in das neue Kapitel 5 „Ergänzende Hinweise“ aufgenommen.

Das Katasteramt hat darauf hingewiesen, dass für das weitere Verfahren die hierfür neu erstellte Kartengrundlage zu verwenden und der zugehörige Verfahrensvermerk zu überarbeiten ist. Der Lageplan der Satzung wurde demzufolge auf die neue Kartengrundlage umgestellt und der räumliche Geltungsbereich entsprechend angepasst. Auch der betreffende Verfahrensvermerk wurde geringfügig geändert.

Darüber hinaus haben verschiedene Träger öffentlicher Belange Hinweise zu einzuhaltenden Abständen und sonstigen Erfordernissen bzgl. der Standorte künftiger Werbeanlagen abgegeben. Diese sind hier nicht relevant, da die vorliegende Satzung nur Örtliche Bauvorschriften über die Gestaltung von Werbeanlagen umfasst, während die Standorte künftiger Werbeanlagen nicht Gegenstand der vorliegenden Planung sind. Dennoch wird hier zur Kenntnis der Bauantragsteller vorsichtshalber auch auf diese Belange im neuen Kapitel 5 hingewiesen, zumal auch diese je nach Betroffenheit mit weiteren Beschränkungen im Rahmen künftiger Baugenehmigungsverfahren einher gehen können.

Öffentliche Auslegung Im Rahmen der öffentlichen Auslegung haben sich keine Bürger oder Gewerbetreibenden zu dem Satzungsentwurf geäußert. Der Einzelhandelsverband Ostfriesland e. V. hat keine Bedenken.

Im Rahmen der parallel erfolgten Trägerbeteiligung wurde im Wesentlichen ein Teil der bereits in Kapitel 5 aufgenommenen Hinweise erneut vorgebracht. Im Einzelnen betrifft dies die zu Hochspannungsfreileitungen und Fernmeldeleitungen erforderlichen Schutzabstände und sonstigen Vorgaben der Avacon Netz GmbH, das Beteiligungserfordernis des Bundesamtes für Infrastruktur, Umweltschutz und Dienstleistungen der Bundeswehr bei Anlagen über 15 m Höhe und den von der Ostfriesischen Landschaft vorgebrachten Hinweis auf die Meldepflicht archäologischer Bodenfunde. Des Weiteren haben der OOWV und Vodafone auf ihren Leitungs- bzw. Anlagenbestand hingewiesen. Diese Hinweise, die nur zum Teil die Gestaltung der Werbeanlagen und zum Teil die hier nicht relevante Standortwahl betreffen, sind bereits in Kapitel 5 aufgeführt, so dass eine diesbezügliche Ergänzung nicht erforderlich war. Die Stellungnahmen weiterer Träger öffentlicher Belange enthielten jeweils explizit keine Bedenken.

Unterzeichnet:

Wiesmoor, den

(Siegel)

Bürgermeister

